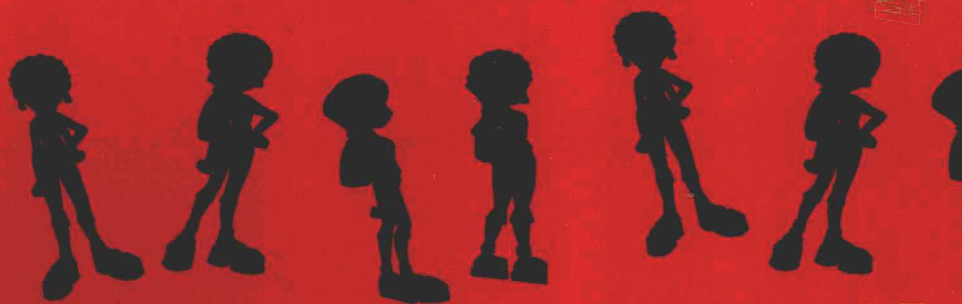


新世纪全国高等教育
影视**动**漫艺术丛书

动画

周宗凯 编著

动漫角色设计



国家级动画产业基地视美动画教学研究基地专用教材
重庆动漫产业人才培养基地专用教材

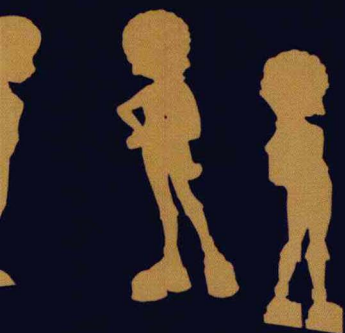
西南师范大学出版社

新世纪全国高等教育
影视动漫艺术丛书

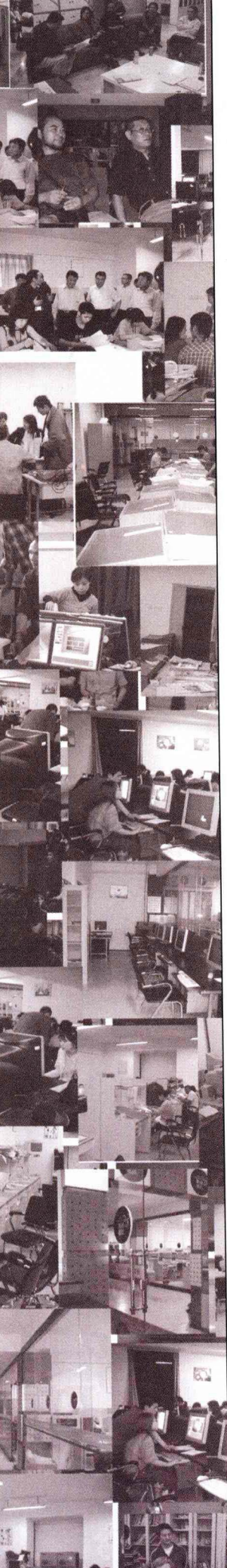
动画

动漫角色设计

周宗凯 编著



西南师范大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

动漫角色设计/周宗凯编著. —重庆:西南师范大学出版社, 2008.5

(新世纪全国高等教育影视动漫艺术丛书)

ISBN 978-7-5621-4114-3

I. 动… II. 周… III. 动画—设计—高等学校—教材
IV. J218.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第061158号

丛书策划:周安平 王正端

新世纪全国高等教育影视动漫艺术丛书

主 编:周宗凯

动漫角色设计 周宗凯 编著

责任编辑:戴永曦

整体设计:周宗凯 王正端

出版发行:西南师范大学出版社

地址:重庆市北碚区天生路1号 邮编:400715

http://www.xscbs.com.cn E-mail: xscbs@swu.edu.cn

电话:(023)68860895 传真:(023)68208984

经 销:新华书店

制 版:重庆海阔特数码分色彩印有限公司

印 刷:重庆蜀之星包装彩印有限责任公司

开 本:889mm×1194mm 1/16

印 张:7

字 数:224千字

版 次:2008年7月 第1版

印 次:2008年7月 第1次印刷

ISBN 978-7-5621-4114-3

定 价:39.00元

本书部分作品因无法联系作者,客观上不能按照法律规定解决版权问题,我社已将该部分作品的稿酬转存于重庆市版权保护中心,请未收到稿酬的作者与其联系。

重庆市版权保护中心地址:重庆江北区洋河一村78号10楼(400020)

电话(传真):(023)67708230

出版、发行高校艺术设计专业教材敬请垂询艺术设计事业部

本书如有印装质量问题,请与我社读者服务部联系更换。

读者服务部电话:(023)68252471

市场营销部电话:(023)68868624 68253705

艺术设计事业部电话:(023)68254107

序



动画是一门集艺术与技术于一体的学科。动画是当代文化的集合点——它包括了文学、电影、美术、音乐、传播等多个学科门类的内容。动画是当代文化一种特殊而典型的语言形式——我们生活中的大部分时尚形式似乎都与动画相关。动画又是一个产业——已成为世界创意产业中非常重要的组成部分。总之，动画不仅仅是一种艺术形式，更是一个庞大而复杂的系统性学科。所以，动画教育和人才培养是一个极具难度的课题。它不仅包含了庞杂的学术内容，又是一个复杂的系统工程，其中包含了复杂的工作流程，使教师在讲学过程中，既要面对美术方面的问题，又要面对影视的问题，还要面对软件使用等技术问题……从另一方面看，学生的作业练习也很难实施，动画作业不像广告、油画，可以由一个人在一两天或一周内做一方案。一个创作性动画作业可能会历时一个月甚至更长时间，因为它复杂的制作程序必须花很多时间去完成其每一个步骤，然而我们的课时又是有限的。此外，动画创作还涉及团队合作，从编剧到动画，到技术制作，可能跨越几个专业或几个部门，没有团队的协作很难完成一部动画片，所以还涉及团队合作精神和工程规划设计流程管理等。怎么去实施这些内容的教学呢？这是个难题，是一个许多人正在努力研究的问题。要想编撰一套完整的、完美的，甚至真正对当今动画事业发展和动画教育有贡献价值的教材，实在是一件不容易的事情。但不论怎样，这个责任是每一个业内人士和相关高校的教师责无旁贷的。我们有必要，也必须不懈努力地去完成它。

四川美术学院于1996年创建了动画专业，历时十余年，也经历不少曲折，如何培养出具有实作能力，能够服务于产业的人才，如何通过高校实力和科研人才推动我国动画产业的发展，一直是我们不断探究的问题。但动画学科和产业在中国都是刚刚起步，现成的试验平台和相关经验也很少，使我们面临的难度也比许多学科大得多。

动画教育应有什么样的模式和学科建设方式呢？我们在重庆广电集团的支持下启动了产、学、研相结合的教学模式，组建了视美动画教学实作基地，以课目项目化的方式实施教学改革，使同学们能够在具体的电视动画的制作过程中去学习。我们每年可以生产三千七百多分钟的电视动画片，也使学生的作品能每天在电视台播出，通过收视率评价引入了社会评估，使教学对接行业标准，适应社会需求，一方面通过引入的项目和实战平台促进教学，另一方面以高校的学科、人才资源支持产业发展。

特别值得一提的是，这套丛书的编写是集合了多个高校的专家作者共同研讨、论证而完成的，并在重庆市科委的支持下建构了重庆高校动漫联盟，促成了高校之间的沟通、交流，共同高举产、学、研大旗推进教育改革。在编撰这套丛书的过程中，我最大的感受是参与这套丛书的各个高校都有自己的教学特色和独特的优势，来自不同高校的专家作者提出了许多独特见解。如果这套教材有幸能获得广大读者的认可，即应归功于这次合作。中国动画事业的发展，需要相关高校联合起来，实现信息互通、资源共享，整合力量，才能提升我们的教学实力，为中国动画事业的发展培养优秀的人才。在此感谢参与该套丛书的高校领导 and 学科带头人的支持与指导。

在这儿，应特别感谢重庆市科学技术委员会。重庆市科委为我们搭建了一个让大家聚在一起的平台——重庆动画产业人才培训基地，这套丛书即是在这一平台中产生的，该基地也使这套教材有了检验的场所。

当然更应该感谢西南师范大学出版社将这套教材推介给全国广大的读者和同行。在整个编撰过程，他们的许多建议和努力促进了该教材的完善，尤其是西南师范大学出版社社长周安平教授、编辑王正端先生，不仅直接给予了该教材的具体指导，并为这套教材的出版做了大量繁琐的事务工作，在此深表感谢。

丛书主编

周宗凯 副 教 授 四川美术学院影视动画学院副院长

特邀专家顾问 (排名不分先后)

罗 力 四川美术学院副院长 / 四川美术学院影视动画学院院长 / 教授
 郝大鹏 四川美术学院副院长 / 四川美术学院设计艺术学院院长 / 教授
 周 旭 重庆市科学技术委员会主任
 潘复生 重庆市科学技术委员会常务副主任
 董小玉 西南大学新闻传媒学院院长 / 教授
 王东亚 重庆市科学技术委员会高新技术发展及产业化处处长
 陈 锋 重庆市科学技术委员会社会发展处副处长
 周西庭 重庆重视传媒有限责任公司总经理

学术指导委员会成员 (排名不分先后)

周晓波 副 教 授 四川美术学院影视动画学院常务副院长
 陈昌柱 教 授 四川音乐学院成都美术学院动画系系主任
 夏光富 教 授 重庆邮电大学传媒艺术学院常务副院长
 罗江攻 副 教 授 重庆工商大学设计艺术学院基础教研室主任
 罗 瑶 副 教 授 江西理工大学应用科学学院艺术设计教研室
 游 踪 工 程 师 重庆大学数字艺术研发中心副主任
 彭一虹 教 授 重庆长江师范学院美术学院院长

编委会成员 (排名不分先后)

刘 兴 总 经 理 重庆视美动画艺术有限责任公司
 许世虎 教 授 重庆大学艺术学院院长
 陈 航 教 授 西南大学美术学院院长
 曾 强 副 教 授 重庆交通大学人文学院艺术设计系系主任
 邓 旭 教 授 重庆师范大学美术学院院长
 胡 虹 副 教 授 重庆工商大学设计艺术学院院长
 柳小成 副 教 授 重庆长江师范学院美术学院副院长
 崔 毅 教 授 重庆三峡学院美术学院院长
 陈 克 教 授 河南师范大学美术学院院长
 王天祥 副 教 授 重庆文理学院陈子庄美术学院院长
 苏大椿 副 教 授 重庆正大软件职业技术学院数字艺术系主任
 陈 丹 高级工程师 重庆工商职业学院传媒艺术系主任

参编单位 (排名不分先后)

四川美术学院影视动画学院
 重庆视美动画艺术有限责任公司
 西南大学新闻传媒学院
 西南大学美术学院
 重庆大学艺术学院
 重庆邮电大学传媒艺术学院
 重庆交通大学人文学院艺术设计系
 重庆师范大学美术学院
 重庆工商大学设计艺术学院
 重庆教育学院
 重庆长江师范学院美术学院
 重庆文理学院陈子庄美术学院
 重庆三峡学院美术学院
 河南师范大学美术学院
 重庆工商职业学院
 重庆正大软件职业技术学院

重 庆 市 科 技 计 划 项 目 资 助 教 材

前言

我们经常听到一种论调：中国的动画缺乏原创。这句话是不准确的。我们有那么多的动画片，哪一个形象和剧本不是自主研发的？我们有那么多的动画专业工作者和画家，难道他们都没有搞创作，天天都在临摹别人的作品吗？其实我们到处可以看到许多致力于动画专业的人在不懈地探索，也产生了大量的属于自己的原创作品，但为什么得到的结论是很多人认为中国动画缺乏原创呢？这种评价完全属于无中生有吗？也不是。中国动画中成熟的原创的确不多，设计师的作品转化为产品的不多，在市场上打响的原创不多……那么形成这种状况的原因是什么呢？有专家认为是因为中国的动画没有从产业角度去论证和运作，以至于有作品没有产品，有行业没有产业，大量的作品缺乏包装、推出，原创未能出笼。



我认同这种观点，但这种观点也是不全面的。在我看来，中国动画“缺乏原创”还在于我们不成熟的设计理念，原创自然就不成熟。就以角色设计为例，我们大量的关于角色设计的书籍，通常都是只讲述造型、形式与表现技巧问题，而就“设计”这个关键词及设计的策略几乎很少有人提及。其实，既然角色设计包含“设计”二字即属于设计范畴，它和许多同类学科的设计原理及思考方式、理念应该都有类同性，甚至许多内容是可以借用的。如广告设计等，其成熟的设计理念应该可以成为动画设计的借鉴。与广告设计这一学科相比，中国动画学科的确处于发展的初级阶段，动画设计的理念也不太成熟，因此必然导致中国动画原创的不成熟。所以我在编撰此书时，首先希望能就设计理念与大家一起讨论，关于表现技巧，相关的书籍和参考资料已经很多了，在这里没有作为重点进行论述。所以本书旨在抛砖引玉，引发更深层次的探讨，希望大家予以批评指正。



第一章 角色设计概述 1

- 1.1 角色设计概述 1
- 1.2 角色设计的学科范畴及设计性质 4
- 1.3 动画角色设计与卡通吉祥物设计 6

第二章 角色设定与设计思维 19

- 2.1 角色定位 19
- 2.2 产品体系规划与角色设计 25

第三章 角色设计与造型 29

- 3.1 造型与造型元素的特质 30
- 3.2 组形与造型——组形与个性的塑造 31
- 3.3 组形与造型——形与形式感的塑造 33
- 3.4 组形及形的运用原则 34

第四章 角色设计与角色塑造 37

- 4.1 识别的塑造 37
- 4.2 造型与表演 41
- 4.3 角色造型与形态语言 43

第五章 角色设计流程与表现 45

- 5.1 设计流程 45
- 5.2 角色关系与角色组合 51
- 5.3 表现动画表情的基本规律 55

第六章 卡通艺术的创意 63

- 6.1 创意的思维特征 64
- 6.2 卡通创意的切入 66
- 6.3 创意脑激荡训练 69

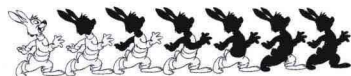
第七章 角色设计与动画工程技术规划 71

- 7.1 角色设计与动画工程技术规划的关系 71
- 7.2 角色设计与动画工程规划 72
- 7.3 二维动画、三维动画、实拍动画角色造型设计的特点 75

第八章 动画角色设计的教与学 85

第九章 动漫角色图例欣赏 87

- 后记 104
- 主要参考文献 104



第一章 角色设计概述

1.1 角色设计概述

通常情况下，角色设计都容易被理解为角色造型设计，是美术性质的工作，这是一个很大的误会。诚然，动画角色设计最终都是以造型来呈现的，但如果我们的设计理念仅仅局限在美术造型的范畴，仅仅局限于在角色造型的审美性上去下工夫，创造一个仅仅在外在的形式上有审美价值的角色形象，设计必然缺乏思想，所设计的角色必然缺乏灵魂与精神，缺乏感染力。在图形时代，我们周围有各种各样的动画

角色形象资料，如果角色的设计没有特定的目标和要求，没有更深层次的思考，那和随意抄袭一个形象有什么差异呢？所以，角色设计不光是一个造型设计的问题。立足于角色塑造为目的的设计与单纯以造型为目的的设计在思考方式是截然不同的。角色设计的思考包括以导演的角度、剧作者角度和动漫产业营销者角度的策划，还包括以动画工程技术管理者的可行性论证。最后才是用视觉的方式进行表象和审美上的完善，通过美术工作者或专业的动画角色设计师用图画的形式呈现，而造型设计仅仅是角色设计的一部分工作。



角色设计在通常情况下是剧作者的工作,当剧作转化为戏剧、电视剧、电影的时候,通常是导演或在导演的指导下由演员、化妆师、美术师共同完成。但动画不一样,这是一种特殊的艺术形式,它是用绘画的方式获得演员,是由动画艺术家之笔创造的,而许多动画片的导演也经常由动画艺术家担任,甚至剧作都是由动画师策划、创意的,因为不熟悉动画艺术及技术的人是很难驾驭与运用这种艺术形式的,角色设计的工作内容包括了角色个性呈现方式、表演方式的设计、角色之间的组合关系,甚至牵涉影视工程规划的相关内容,这给动画设计师的压力极大。所以角色设计要求我们不仅要懂得动画专业方面的艺术手法

和技术,还要求我们必须懂得许多相关学科的知识。我们不仅要懂得绘画,还得懂得动画工作流程及相关软件的使用及技术,了解动画工程规划和管理,甚至表演。还必须懂得电影视听语言,甚至部分剧作知识。除此之外,还必须了解和掌握动画产品营销方面的知识,而动画角色设计是整个动画片或动画产品前期开发的重要环节,并对整个作品的成功起决定性作用,这意味着动画角色设计的工作属性既属于策划性工作又属于戏剧美术或视觉设计,从所涉及的知识内容上讲,它需要策划学、营销学、心理学、美学、传播学、设计学等内容作支撑,所以不能轻视角色设计的工作难度。在我们的具体教学中,有许多造型能力好一点的同学就自认为已经具备了角色设计的能力而轻视相关课程的学习,这是一个巨大的错误。这样的同学有可能利用已具备的造型能力为一个设计师当好绘制助手,但其自身并不能站在设计的前沿。这正是为什么我们许多同学虽然有很高的绘画才艺但始终未能在行业中获得角色设计这种非常荣耀的设计机会的原因,因此我们在教学中必须高度重视设计观念的引导。





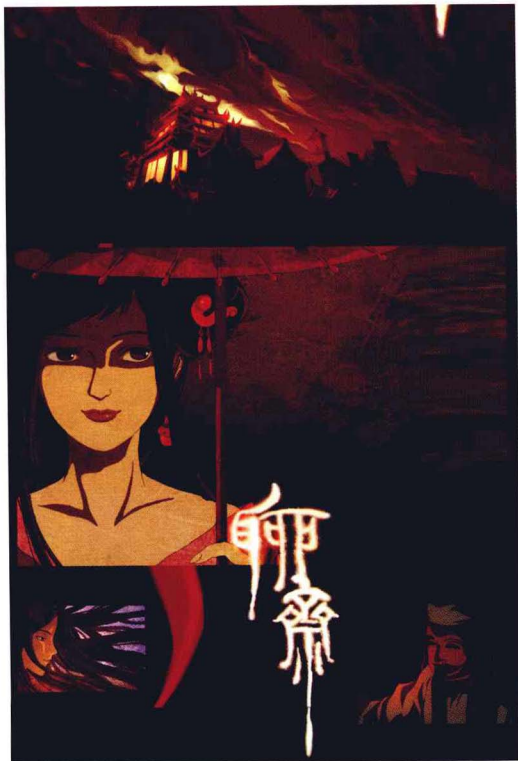
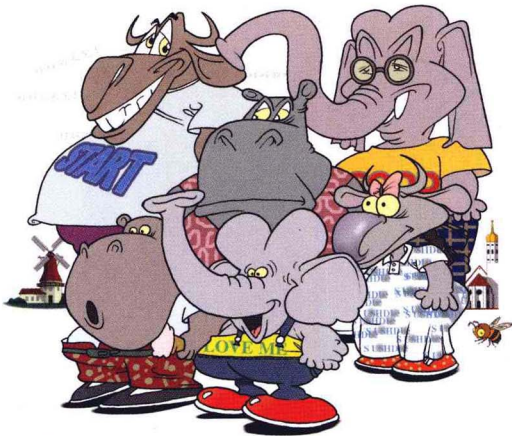
动画

第一章 角色设计概述

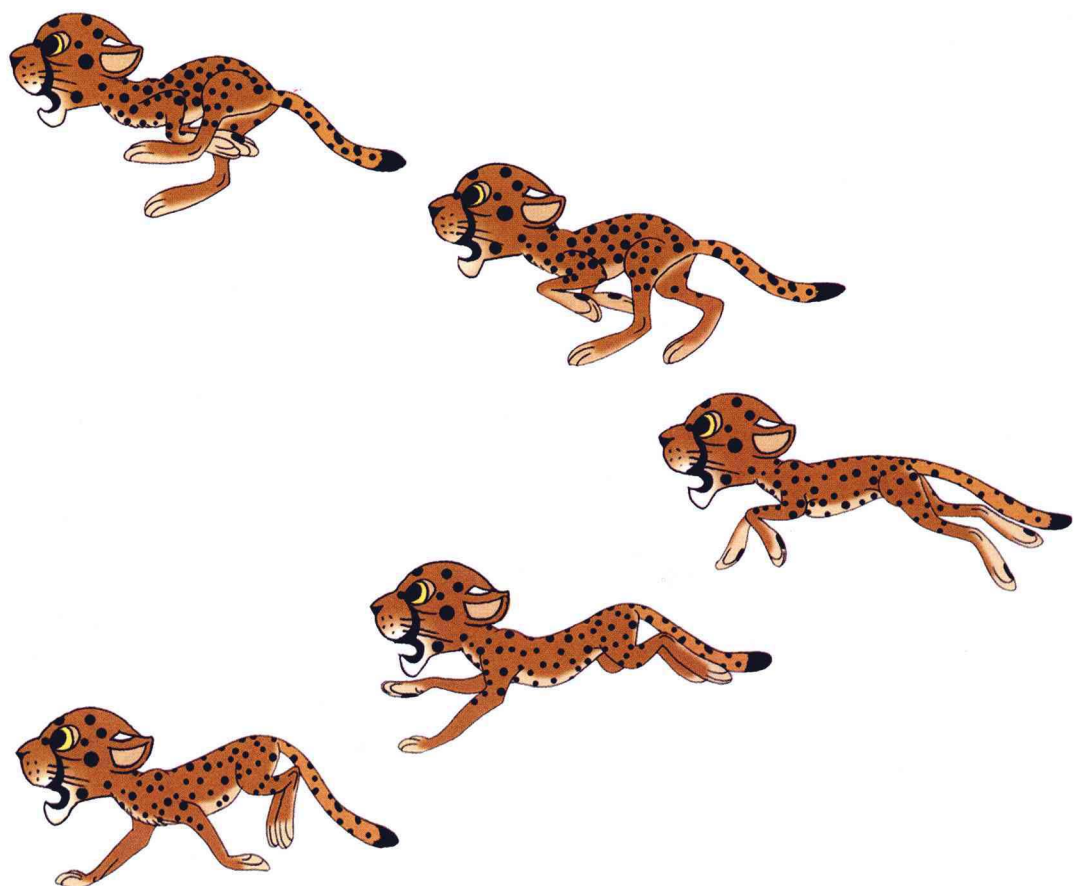
1.2 角色设计的学科范畴及设计性质

动漫艺术大都是通过角色的表演进行故事演绎或以角色为代言进行信息传达的，所以角色设计在动漫设计中是一个非常重要的环节。而动漫艺术形式多样，用途广泛，不同的形式和运用目的又会使角色设计的思考方式不尽相同。所以，了解动漫艺术的各种形式类别的特性对于我们去认识设计的性质是非常重要的，这样我们才能知道我们的设计原则。

动漫艺术从专业学科类别上分，一般是将之划分为广播电视学；而从运用范围上看，又大量运用于广告领域、书籍艺术，甚至还会以工业产品的形式出现（如动漫衍生产品）；当代的电脑游戏通常也是采用动漫的形象。不同学科类别的划分和应用使动漫艺术这一学科的知识内容非常庞杂，它包括广播电视学、广告学、工业设计、书籍艺术等多学科的内容，而所涉及的每一

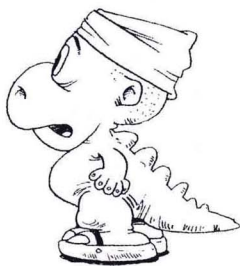


个学科或专业本身就是一个庞大的知识体系。这给我们的角色设计师提出了很多要求，必须了解相关内容，才能胜任这一重要工作，并且针对不同的运用目的迅速立身于相关专业，并用这一专业的设计思考方式去应对设计才能成为一名好的设计师。



1.3 动画角色设计与卡通吉祥物设计

因为动漫形象具有亲和力和趣味性，所以许多企业和品牌在商业活动中充分利用了这一点，并将之作为形象代言人或吉祥物促进产品的销售。那么，卡通形象的设计和动画角色设计是同一回事吗？关于这个问题，很多同学都不易搞清楚，也正因为不清楚它们之间的关系及其异同，才会导致在具体设计的时候完全迷失方向，无法把握要领。



就外在形式上讲, 动画角色和卡通吉祥物几乎是一样的, 但就其功能上讲, 它们之间的关系应该是: 卡通吉祥物是以动画角色作为某企业、团体、品牌的标志, 它代表和表达的是其精神和个性。所以, 从设计范畴来讲, 它更多的属于广告学中的视觉传达设计, 非常近似于标志设计, 虽然卡通吉祥物也可能被作为动画片中的角色形象进行剧情演绎, 但是它主要担负的是品牌理念和精神的投射。在具体的设计过程中, 关注的问题则是识别性、对企业定位及个性表达的一致性以及它在企业广告宣传活动中运用的可能性及实施的可行性。而动画角色设计从学科范畴来分, 它属于影视传播体系中的视觉设计。它思考的主要问题更多的是个性塑造与表达、演绎故事的可操作性和表演的可行性。





当然，也有许多动画片中的角色被选作企业和品牌的代言人或吉祥物，或在设计之初就被预设为品牌吉祥物，但设计理念的侧重点与吉祥物设计还是有差异的，并且不是所有的动画角色都适合当吉祥物。总之，在设计思考方式上，动画角色和卡通吉祥物是有一定差别的。所以，我认为有必要在角色设计这一门课程中专门就吉祥物设计进行一些介绍。



1.3.1 卡通吉祥物是标志性的动漫形象

前面说到过，卡通吉祥物是某企业或品牌的形象代言，它传播的是企业或品牌的精神、个性，所以，它是具有标志性的动漫形象。既然它具有标志性的功用，就必然要求我们的设计也应参照标志设计的原则与要求进行思考。

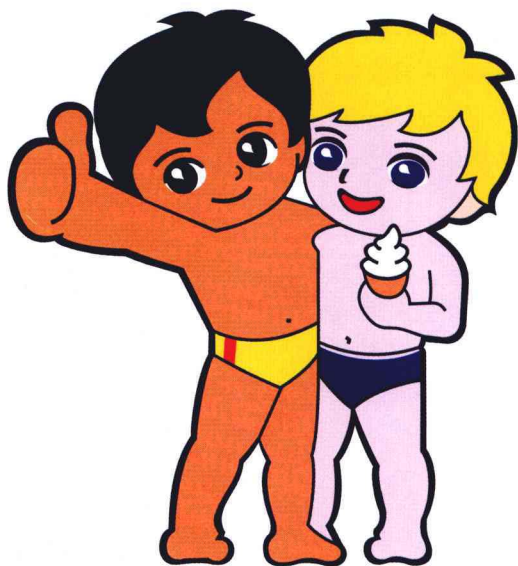
那么如何塑造卡通吉祥物的标志性特质与功用呢？我们归纳了如下几个原则：



1. 说明性：我们设计的吉祥物图案能将所代表的企业或机构的精神、个性和理念呈现出来，不论是通过吉祥物的个性、特质、色彩、情绪、道具，还是通过绘制风格形式，都要能让观众感知它明确的寓意和象征性。美国洛杉矶奥运会的吉祥物是以白头鹰为原形，并综合了山姆大叔的特征，加上美国星条旗图案的帽子，使受众一眼就能明白这场奥运会是在美国举办，而鹰的形象不仅是美国的特征，也暗喻着搏击的力量。

2. 识别性：要有独特的特征，使之在众多的标识中能被迅速认知、识别和记忆，实现它传播的功用。如果某吉祥物设计与别的企业或品牌的吉祥物近似，甚至雷同，那就完全丧失了它的特指性和象征意义。当然，借用某种现成的具有识别性的形象作为吉祥物则另当别论，这种借用是为了抽取它的识别价值和其中包含的某种文化理念。

3. 系统性：一个品牌形象的塑造不是简单地为其贴上一个标签，它如同一个人的塑造一样，是在它行为规律的惯性中折射出一种精神、意味，才能成为“这个人”的特质和个性，于品牌设计而言，就是以企业行为的一贯性、外部形象的一体性来投射它的精神。所以，吉祥物设计不是一个单一卡通形象的造型问题，它不仅在造型上应体现这个品牌的个性特征和定位，而且在许多细节上都应维护它与品牌的一体性，如色彩运用就应与该品牌的标准色高度一致。除此以外，该吉祥物在具体的营销活动中还可能有许多扩展运用方式，或被开发为许多衍生产品，因此，它不仅要具有一体性或系列性，还要有可扩展性，或者说是在一体性基础上具有扩展性。总而言之，即是在扩展运用时要有高度的一体性，这就是吉祥物设计的系统性，而吉祥物设计更是一个系统性工作，或者说是构建识别系统的工作。



海尔只是用黑头发与黄头发阐述了该产品是中外合资生产的产品

